

Kasus Regulasi Hukum Transaksi Elektronik Situs Kaskus Dalam Perspektif Undang-Undang No 11 Tahun 2008

Jaduk Gilang Pembayun
Mahasiswa Magister Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro
Email : jadukismyname@gmail.com

Abstract

Buying and selling is one of the oldest social interaction in the world. Buying and selling was a bridge between one individual with another individual. If in the past buying and selling is identical to a unified among sellers and buyers in one place. So in the present buying and selling has meaning broader sense. Development of information and communication technology as well as the increasing of need for convenience in buying and selling make transaction easier. This development raises an interesting system to discuss the sale and purchase of through the virtual world or the so-called as e-commerce. One of the virtual world websites in facilitating the rapid development of e-commerce in Indonesia is Kaskus.co.id. Online payment transactions in FJB Kaskus is using the services of the joint account. Practically, information and communication technology use can make implication and consequences in the laws in related to the misuse and fraud of technology. Therefore this article was intended to explain the regulation and laws perspective. Data was gathered by analyzing document. The results showed us that electronic transaction in Kaskus by using joint account.

Keywords : *E-commerce, electronic transaction, kaskus.co.id, joint account, regulation*

Abstrak

Jual beli merupakan salah satu interaksi sosial yang paling tua di dunia. Jual beli menjadi penghubung antara satu individu dengan individu lain. Jika di masa lampau jual beli identik dengan bertemunya penjual dan pembeli pada suatu tempat, maka di masa sekarang jual beli mempunyai arti pengertian yang lebih luas lagi. Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi serta meningkatnya kebutuhan telah memberi kemudahan dalam melakukan jual beli. Perkembangan ini memunculkan sistem yang menarik untuk dibahas yaitu jual beli melalui dunia maya atau yang disebut e-commerce. Salah satu situs dunia maya yang pesat perkembangannya dalam memfasilitasi e-commerce di Indonesia adalah *Kaskus.co.id*. Pembayaran online dalam transaksi di FJB Kaskus adalah menggunakan jasa rekening bersama. Dalam prakteknya, pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi menimbulkan konsekuensi hukum, terkait dengan sejumlah kejahatan dan tindak pidana yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Atas dasar itulah, tulisan ini dimaksudkan untuk membahas dimensi hukum atau regulasi dari penyimpangan atau tindak pidana yang berdasarkan teknologi informasi dan komunikasi. Metode yang dipakai dalam tulisan ini dengan melakukan analisis dokumen khususnya konten yang ada di Kaskus dan dokumen-dokumen regulasi. Hasilnya, sistem penyelenggaraan e-commerce di Kaskus menggunakan sistem *joint account*.

Kata kunci: E-commerce, transaksi elektronik, kaskus.co.id, rekening bersama, Regulasi

Pendahuluan

Jual beli merupakan salah satu interaksi sosial yang paling tua di dunia. Sejak jaman dahulu jual beli telah menjadi penghubung antara satu individu dengan individu yang lain bahkan satu bangsa dengan bangsa yang lain. Jual beli bahkan menjadi salah satu penyokong perkembangan peradaban di masa yang lalu, dimana jalur-jalur perdagangan kuno dan pasar pasar besar menjadi pusat berkumpulnya orang dari berbagai penjuru.

Jika di masa lampau jual beli identik dengan bertemunya penjual dan pembeli pada suatu tempat tertentu yang telah ditentukan, maka di masa sekarang jual beli sudah mempunyai cakupan pengertian yang lebih luas lagi. Pengertian pasar tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, yakni sebatas bertemunya penjual dan pembeli pada kesempatan dan tempat yang sama.

Berkembangnya teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi serta meningkatnya kebutuhan akan kemudahan dalam melakukan jual beli memunculkan perkembangan menarik dalam jual beli. Bahkan muncul gagasan-gagasan baru yang memudahkan cara bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya secara online melalui transaksi elektronik. Beberapa contoh yang dapat disebutkan antara lain OLX, Traveloka, Trivago dan Bukalapak.com.

E-commerce sendiri bukan merupakan sesuatu yang benar benar baru, namun bisa disebut baru di Indonesia. Dampak dari e-commerce ini, sangat luar biasa mencakup pengadaan barang, belanja/shopping, kolaborasi bisnis, dan pelayanan termasuk sejumlah pelayanan pengantaran. Dampaknya sangat dramatic. E Commerce mengubah semua area fungsional bisnis dan tugas-tugas penting dari periklanan hingga pembayaran (<http://wiley.com/college/turban>, diakses, 11 Januari 2015)

Karakteristik kompetisi juga mengalami perubahan drastis berkaitan dengan perusahaan-perusahaan besar online baru, model-model bisnis baru, dan diversifikasi dari e-commerce

yang berkaitan dengan produk dan jasa. E-commerce memberi kesempatan perusahaan untuk memperluas usahanya menjadi mendunia dengan biaya kecil, meningkatkan perolehan pasar (*market share*) dan menurunkan biaya.

Apa yang dimaksud dengan e-commerce adalah penggunaan internet dan Web untuk melakukan transaksi bisnis. Secara formal e-commerce berkaitan dengan transaksi komersial digital di antara individu atau diantara organisasi. Apa yang dimaksud dengan transaksi digital itu sendiri adalah semua bentuk transaksi yang dimediasikan melalui teknologi digital.

Transaksi komersial mencakup pertukaran nilai lintas individu dan organisasi untuk mendapatkan produk dan jasa. Pertukaran nilai merupakan hal yang penting dalam memahami batas-batas e-commerce. Tanpa pertukaran nilai, e-commerce tidak terjadi (<http://personhighered.com/samplerchapter/> diakses, 10 Januari 2015) Jika dilihat ke belakang, e-commerce muncul karena kebutuhan masyarakat akan terwujudnya pertukaran informasi yang lebih mudah, yang kemudian mendorong kreasi dan terobosan baru dalam pemasaran, pasar dan transaksi melalui teknologi yang semakin pesat termasuk di bidang ini. Hubungan antara konsumen dan produsen mengalami fase dan babak baru dalam pemasaran.

Teknologi yang semakin berkembang telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas (*borderless*). Dengan adanya pertukaran informasi yang dapat dilakukan melalui berbagai media, dari media cetak, radio, televisi, dan internet menyebabkan terjadinya pertukaran informasi dan komunikasi baik secara searah maupun dua arah dan membawa kehidupan manusia yang bersifat lebih dinamis dan modern serta mengubah pola kehidupan manusia.

Hal ini dapat dilihat dari tren pertumbuhan pasar e-commerce di Indonesia. Jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan telah mencapai angka 82 juta orang atau sekitar 30% dari penduduk Indonesia. Pertumbuhan ini didukung dengan data dari Menkominfo yang menyebutkan bahwa nilai transaksi *e-commerce*

pada tahun 2013 mencapai angka Rp130 triliun. Jika kita melihat Indonesia sebagai Negara kepulauan yang sangat luas, *e-commerce* adalah pasar yang berpotensi tumbuh sangat besar di Indonesia.

Pasar *e-commerce* di Indonesia tumbuh 42% dari tahun 2012-2015. Angka ini lebih tinggi jika dibandingkan negara lain seperti Malaysia (14%), Thailand (22%), dan Filipina (28%). Nilai sebesar ini sangat menggoda bagi sebagian investor, baik dalam maupun luar negeri. Beberapa VC (Venture Capital) besar seperti Rocket Internet, CyberAgent, East Ventures, dan IdeoSource sudah menanamkan modal ke perusahaan *e-commerce* yang berbasis di Indonesia.

Sebut saja beberapa diantaranya adalah raksasa [Lazada](#) dan [Zalora](#), [Berrybenka](#), [Tokopedia](#), [Bilna](#), [Saqina](#), [VIP Plaza](#), [Ralali](#) dan masih banyak lagi. Mereka adalah sebagian contoh dari perusahaan *e-commerce* yang sukses dan berhasil dalam memanfaatkan peluang pasar *e-commerce* di Indonesia yang sedang naik daun (<http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/diakses> 2 Desember 2014).

Salah satunya situs dunia maya yang lain yang juga pesat perkembangannya dalam memfasilitasi *e-commerce* di Indonesia adalah situs *Kaskus.co.id*. Dalam forum *Kaskus.com* ini setiap harinya dikunjungi hampir 15 juta pengunjung. Forum *Kaskus* memiliki tempat khusus untuk berjualan yang umum disebut sebagai Forum Jual Beli *Kaskus* (*Kaskus Marketplace*).

Forum jual beli inilah yang menjadi penghubung antara seorang penjual dan pembeli yang juga merupakan anggota (member) dari *Kaskus* untuk melakukan interaksi jual beli di situs ini. Untuk menjadi member *kaskus* syaratnya mudah, calon member hanya mengisi formulir digital yang telah disediakan dengan data diri serta informasi kontak e-mail yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan konfirmasi melalui e-mail yang dimaksud sebelumnya.

Dalam melakukan kegiatan jual beli

di Forum Jual Beli *Kaskus* (FJB *Kaskus*) ada beberapa model transaksi yang dapat dilakukan oleh penjual dan pembeli. Jika transaksi yang dilakukan antara orang-orang yang berada di dalam satu kota, maka untuk melakukan jual beli bisa langsung saling bertemu. Sementara itu berbeda jika transaksi yang dilakukan berbeda kota, untuk saling bertemu dan melakukan jual beli tentu bukan hal yang mudah dan bahkan akan memakan biaya transportasi yang besar.

Selain masalah jarak untuk bertemu juga muncul rintangan dalam bentuk resiko penipuan *online*. Bukan sekali dua kali terjadi penipuan dalam transaksi jual beli antara pembeli dan penjual yang berbeda kota. Berdasarkan pantauan di situs *Kaskus.com* dengan menggunakan fasilitas pencari menggunakan kata kunci penipuan, ditemukan bahwa dalam dalam bulan Februari 2013 sejak tanggal 1 – 20 telah terdapat 13 laporan penipuan melalui fasilitas surat terbuka di *Kaskus.com*.

Penipuan ini hanya yang diadakan melalui surat terbuka, padahal tidak menutup kemungkinan bahwa masih ada lagi korban penipuan yang belum melaporkan bahwa yang bersangkutan menjadi korban penipuan di *kaskus*. Sebelum melangkah lebih jauh terkait masalah resiko jual beli *online* di *kaskus* maka perlu diperjelas cara-cara transaksi dan pembayaran di *kaskus*.

Cara pembayaran yang tersedia di *kaskus* dapat digambarkan transaksi di FJB *Kaskus* ada tiga cara, yaitu: 1. Cash On Delivery (Bayar saat bertemu langsung). 2. Transfer antar bank 3. Menggunakan jasa rekening bersama. Cara pembayaran yang pertama dan kedua tidak perlu dijelaskan lagi, namun untuk pembayaran menggunakan rekening bersama inilah yang penting untuk dijelaskan.

Definisi Rekening bersama bukanlah rekening yang dibuka oleh dua orang lebih menggunakan satu nama di suatu bank, melainkan suatu jenis jasa yang dilakukan oleh pemilik rekening bersama yang mana yang bersangkutan menjadi penghubung antara penjual dan pembeli *online*. Pihak rekening bersama menjadi pihak

yang dipercaya oleh penjual dan pembeli untuk memegang dana pembeli sampai dengan transaksi jual beli antara penjual dan pembeli selesai dan kemudian meneruskan dana kepada penjual.

Hal ini dilakukan untuk menjamin masing-masing pihak memenuhi kewajibannya dalam jual beli *online* dan kemudian pihak rekening bersama mendapatkan uang jasa dari pihak pembeli dan penjual. Keberadaan rekening bersama yang masih baru dalam sistem hukum Indonesia menimbulkan beberapa masalah yaitu diantaranya belum ada peraturan yang mengatur mengenai usaha rekening bersama dan perizinan usahanya.

Selain itu belum ada standar baku dan syarat-syarat untuk menjadi rekening bersama sehingga masih ada perbedaan ketentuan penggunaan antara satu rekening bersama dengan yang lain. Hal ini menimbulkan potensi masalah bagi pengguna jasa rekening bersama. Selain itu di satu sisi masih banyak rekening bersama yang masih merupakan usaha perseorangan yang dalam dunia maya masih susah untuk dilacak kebenaran data identitas dan keberadaannya.

Sesuai dengan UU Informasi dan Transaksi Elektronik pasal 1 angka 11 sudah ada lembaga yang memberikan sertifikasi keandalan untuk transaksi elektronik sehingga setiap orang yang akan mengadakan transaksi *online* dapat melihat apakah pihak yang diajak bertransaksi dapat dipercaya atau tidak melalui sertifikat keandalan tersebut.

Namun pada kenyataannya lembaga ini belum ada sampai sekarang. Dari permasalahan yang di atas penulis tertarik untuk menuliskan kembali hasil penelitian yang pernah penulis teliti tentang masalah perlindungan hukum bagi pengguna jasa rekening bersama di kaskus baik dari pembeli maupun penjual. Alasan penulis adalah bahwa keberadaan rekening bersama yang seharusnya bisa memberikan keamanan bagi penjual dan pembeli yang menggunakan jasanya ternyata tidak 100% dimanfaatkan oleh *seller* dan *buyer* di *kaskus.co.id* sehingga penipuan menjadi semakin marak. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menggali ketentuan-

ketentuan yang berlaku di Indonesia untuk menemukan perlindungan hukum bagi pengguna jasa rekening bersama dan dari perjanjian antara pembeli maupun penjual dengan pihak rekening bersama ini sehingga jelas hak-hak pembeli dan penjual yang menggunakan jasa rekening bersama dapat dilindungi manakala terjadi masalah pada saat menggunakan jasa rekening bersama sendiri Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan pokok yang dibahas adalah bagaimanakah regulasi hukum transaksi pembayaran melalui perantara atau pihak ketiga secara *online* dengan menggunakan rekening bersama (rekber) pada situs kaskus dikaitkan dengan Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Bagaimanakah tanggung jawab pihak ketiga apabila terjadi suatu sengketa dalam transaksi pembayaran secara *online* dengan menggunakan rekening bersama (rekber) berdasarkan Undang Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik? Tujuannya utama dari penulisan ini ini adalah menjelaskan tentang regulasi hukum transaksi elektronik dan kaitannya dengan UU No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan menjelaskan tentang bagaimana tanggung jawab pihak ketiga, dalam hal ini *BlackPanda* dalam mengatasi suatu sengketa Secara konseptual eksistensi media dalam berkomunikasi terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Alat-alat untuk berkomunikasi juga terus berubah. Marshall McLuhan, pernah mengatakan bahwa media pada hakekatnya adalah perluasan dari manusia. *Media is the extention of man* (McLuhan, 2003). Karena itu, disebabkan manusia bukan satu dimensi, maka perluasan kepentingan manusia merefleksikan sejaumlah dimensi manusia.

Dimensi manusia sangat kompleks. Diantaranya manusia sebagai *zoon politicoon*, yang memanfaatkan media untuk kepentingan meraih kekuasaan. Manusia sebagai *rational animal* menggunakan media untuk menghitung untung dan rugi yang mencerminkan manusia

sebagai makhluk ekonomi. Manusia sebagai social animal, menggunakan media untuk menjalin relasi sosial dalam masyarakat. Dengan demikian, media sebagai perluasan dari manusia, maka teknologi digunakan untuk mengikuti kepentingan dan dimensi kepentingan manusia itu sendiri. Ketika teknologi digunakan untuk kepentingan ekonomi, sesungguhnya penggunaan tersebut mengikuti dimensinya sebagai makhluk ekonomi. Demikian pula ketika teknologi digunakan untuk kepentingan politik, karena penggunaan tersebut mengikuti dimensinya sebagai makhluk politik.

Dalam perkembangan teknologi komunikasi dan informasi ini kemudian muncullah apa yang disebut *Computer Mediated Communication* (CMC) sejak komputer digital elektronik pertama ditemukan (Perang Dunia II). Meski awalnya komputer tidak digunakan sebanyak dan sesering sekarang. Sekitar tahun 1990, komputer mulai menjamur di masyarakat dan muncullah istilah *Computer Mediated Communication* karena orang-orang mulai mengenal website, email, dan internet pada saat itu.

Computer Mediated Communication (CMC) adalah segala bentuk komunikasi manusia yang didapatkan atau dibantu oleh teknologi komputer (McQuail. 2005 : 75). John December (1997) dalam buku *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*, mendefinisikan CMC sebagai proses komunikasi manusia yang menggunakan komputer melibatkan orang, disituasikan dalam berbagai konteks, serta melibatkan proses untuk membentuk media dengan tujuan yang beraneka ragam.

Terwujudnya CMC disebabkan terjadinya konvergensi teknologi, yang melibatkan dua perkembangan teknologi, yakni teknologi telekomunikasi dan teknologi komputer. Perkembangan teknologi telekomunikasi bertumpu pada teknologi transmisi, yakni bagaimana pesan disampaikan hingga kepada kepada audien, sedangkan teknologi komputer, merupakan teknologi yang memberi perhatian

pada bagaimana teknologi ini dapat dipakai untuk mengolah data, menyimpan dan menggunakan kembali.

Teknologi pengolahan dan penyimpanan data ini diintegrasikan dengan teknologi transmisi sehingga memungkinkan sesama pengguna teknologi komputer saling berinteraksi dan bertukar data dan informasi. Konvergensi teknologi ini yang menghasilkan bentuk komunikasi yang disebut sebagai CMC.

Computer Mediated Communication (CMC) menjadi menarik karena di era digital seperti sekarang ini (tahun 2011), manusia seperti sudah terbiasa hidup berdampingan dengan teknologi. Seakan-akan teknologi sudah menjadi kebiasaan hidup sehari-hari. Teknologi yang dapat memudahkan segala aktivitas manusia lama kelamaan menjadi budaya dan kebiasaan. Apalagi, teknologi bersifat dinamis dan terus berkembang dalam jangka waktu tertentu. Tentu saja teori *Computer Mediated Communication* (CMC) dapat bergerak secara dinamis pula. Merupakan hal yang menarik untuk menyusuri perkembangan teori *Computer Mediated Communication* (CMC).

Teori *Computer Mediated Communication* (CMC) terus berkembang baik dalam bidang akademis maupun penggunaan secara nyata. Pada awalnya, saat komputer personal (PC) menjamur di tahun 1990an, para akademisi tertarik untuk meneliti interaksi manusia-komputer. Salah satu indikator bahwa *Computer Mediated Communication* (CMC) berkembang dan banyak didiskusikan oleh para ahli, yaitu dapat dilihat dari journal of *Computer-Mediated-Communication* yang temanya perdagangan elektronik, hukum dalam perbatasan elektronik, organisasi virtual, jurnalisme *online*, kesehatan dan media terkini, dan lain sebagainya.

Pada prakteknya, *Computer Mediated Communication* (CMC) menjadi bagian dari Komunikasi Interpersonal, dapat mempengaruhi kebiasaan, tingkah laku, dan keadaan psikologi manusia. Tidak hanya teori saja, tetapi bahkan praktek dan kegiatan nyata juga dibahas para ahli.

Sementara itu dalam keseharian kita juga terus menggunakan teknologi tersebut. Mulai dari mengirim pesan lewat SMS, email, hingga melakukan *teleconference* dan *video call*. Manusia bisa menjadi bagian dari *Computer Mediated Communication* (CMC) dan terus berinteraksi tanpa dibatasi ruang ataupun waktu. E-Commerce atau yang disebut Internet Commerce pada dasarnya mempunyai makna yang sama, yang berarti suatu cara bagi seorang konsumen membeli barang yang diinginkan secara online melalui jaringan internet. E-Commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran / penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik. (Nugroho, 2010,143)

Definisi dari E – Commerce menurut Kalakota dan Whinston dapat ditinjau dalam 4 perspektif berikut :

- a. Dari perspektif komunikasi, e – commerce adalah pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau melalui peralatan
- b. Dari perspektif proses bisnis, e – commerce adalah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja.
- c. Dari perspektif layanan, e –commerce merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman.
- d. Dari perspektif online, e-commerce menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang. (Nugroho, 2010:152)

Berbagai penyimpangan penggunaan media baru ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk. Disebabkan hampir semua bisnis sekarang ini terintegrasi dengan teknologi komputer dan transmisi, banyak upaya yang dilakukan pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab melakukan peretasan, melakukan pembobolan rekening, dan

berbagai bentuk penipuan. Bahkan nama akun, web, atau situs-situs dapat merupakan nama yang sebenarnya hingga nama yang tidak sebenarnya alias palsu. Sedemikian rupa persoalan hukum yang timbul dari berbagai kejahatan yang dilakukan dunia maya, menjadikan banyak pihak memiliki kepedulian terhadap regulasinya.

Dengan mengambil data dan kasus yang terjadi di Kaskus.co.id tulisan ini memberi penafsiran, kontekstualisasi dan sekaligus memberi peringatan terhadap upaya-upaya penyalahgunaan teknologi informasi dan komunikasi. Data-data diperoleh berdasarkan pada pengamatan, analisis dokumen dan kajian literatur

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif yang bertumpu pada data sekunder. Analisis data dilakukan terhadap dokumen, sajian yang ada di dalam menu Kaskus.co.id dan terhadap UU No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Dua data ini merupakan data pokok yang menjadi acuan penulisan ini.

Analisis dokumen-dokumen tersebut digunakan untuk melihat sistem penyelenggaraan elektronik yang dilakukan Kaskus.co.id dalam melakukan transaksi elektronik. Seperti apa sistem penyelenggaraan e-commerce sebagai bentuk transaksi elektronik pada forum jual beli Kaskus. Di sisi lain, apakah sistem penyelenggaraan ini telah cukup memadai dan menjamin kepastian hukum dari kedua belah pihak yakni antara penjual dan pembeli.

Proses analisis data dilakukan dari tahap pengumpulan data. Dalam dan selama proses pengumpulan data, peneliti secara simultan melakukan pengklasifikasian data, memilah dan memisahkan serta mencari keterkaitan antara data yang satu terhadap data yang lain. Upaya ini diperlukan agar data tersebut dapat disajikan secara runut dan tertib. Berbagai keterkaitan data tersebut pada gilirannya digunakan untuk menarik kesimpulan dan memverifikasi kesimpulan yang ditemukan. Pengumpulan data

dilakukan kembali ketika penarikan kesimpulan masih dianggap lemah dan kurang memadai.

Hasil dan Pembahasan Regulasi Transaksi Online Sistem Rekening Bersama pada Kaskus.co.id

Secara garis besar Undang-Undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dapat dipilah menjadi dua hal pokok. Pertama, pengaturan mengenai informasi dan transaksi elektronik. Kedua pengaturan tentang perbuatan yang dilarang. Pengaturan tentang informasi dan transaksi elektronik, mengacu instrument regulasi internasional seperti Uncitral Model Law on e-commerce dan Uncitral Model Law on e-signature.

Tujuan regulasi informasi dan transaksi elektronik ini dimaksudkan untuk memberi perlindungan dan kepastian hukum selain mengakomodir kebutuhan para pelaku bisnis, perusahaan, individu, dan organisasi yang memanfaatkan piranti teknologi informasi dan komunikasi dalam melakukan transaksi elektronik. Hal-hal yang diatur jika dicermati antara lain soal pengakuan informasi atau dokumen elektronik sebagai alat bukti yang sah, tanda tangan elektronik, penyelenggaraan sertifikasi elektronik dan penyelenggaraan sistem elektronik.

Regulasi ini memayungi penyelenggaraan transaksi yang berkembang pesat di area bisnis seperti bisnis transportasi, perbankan, perhotelan, ekspor dan impor, perdagangan mata uang dan sebagainya. Berbagai ketentuan tentang penyelenggaraan sistem elektronik diatur di dalam undang-undang ini.

Adapun bagian pokok aturan yang kedua mengatur persoalan-persoalan yang dilarang terkait dengan penyalahgunaan teknologi informasi dan komunikasi ini. Ketentuan pokok yang kedua ini mencakup antara lain konten illegal-seperti pornografi, kebencian, pengancaman, pemerasan, dan perjudian; akses illegal yang dikenal dengan peretasan situs dan website lembaga atau organisasi lain dengan maksud dan tujuan tertentu; intersepsi illegal;

gangguan terhadap data dengan meng-hack- data lain dan penyalahgunaan terhadap piranti dan alatnya.

Dengan demikian, tulisan ini lebih dekat relevansinya dengan regulasi yang mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik serta penyelenggaraan sistem elektronik. Untuk kasus Kaskus.co.id perjanjian dan ketentuan penggunaan rekening bersama yang ada di Kaskus memiliki peran penting dalam mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian. Segala akibat hukum yang akan timbul dari perbuatan hukum yang dilakukan dalam perjanjian rekening bersama seharusnya telah diatur dalam perjanjian dan juga ketentuan-ketentuan yang berkaitan dengan penggunaan rekening bersama. Menganalisa perjanjian dan ketentuan penggunaan rekening bersama ini peneliti akan menggunakan dua teori tambahan untuk menjelaskan fenomena ini yaitu teori perlindungan hukum dan juga teori kepastian hukum.

Kedua teori ini dirasa telah cukup untuk dijadikan parameter apakah perjanjian dan ketentuan penggunaan rekening bersama ini telah sesuai dengan objek penelitian dari peneliti yaitu masalah perlindungan hukum dan juga kepastian hukum. Sementara itu untuk perjanjian dan ketentuan penggunaan rekening bersama yang dianalisa adalah perjanjian dan ketentuan dari rekening bersama. Perjanjian dan ketentuan dari rekening bersama secara umum mengatur hal-hal apa yang wajib untuk dilakukan oleh pengguna jasa mereka khususnya dalam hal memastikan kebenaran data-data dan objek dari jual beli yang akan menggunakan jasa rekening bersama mereka.

Pembeli dan penjual masing-masing dibebani kewajiban untuk mengecek dan juga memberikan keterangan yang sebenar-benarnya mengenai segala hal terkait jual beli. Hal ini tercantum dalam ketentuan dari rekening bersama *Blackpanda*, sebagai berikut :

1. Penjual dan Pembeli sepakat menggunakan jasa Rekening Blackpanda.
2. Pembeli transfer dana ke rekening Blackpanda berupa harga barang ditambah biaya jasa,

setelah transfer silahkan konfirmasi dengan cara *post* di *thread* ini atau mengisi form di [https://rekberblackpanda\[dot\]com](https://rekberblackpanda[dot]com) (pilih salah satu saja), Format dan contoh konfirmasi di *thread* sudah disediakan di bawah.

3. Setelah dana masuk, Blackpanda akan mengkonfirmasi kepada Penjual untuk mengirim barang kepada Pembeli.

4. Penjual mengirim barang kepada Pembeli.

5. Barang tiba ditujuan, Pembeli konfirmasi ke Blackpanda bahwa barang sudah diterima dan dana boleh diteruskan ke Penjual.

6. Blackpanda akan meneruskan dana ke Penjual, maksimal 24 jam setelah konfirmasi dari Pembeli.

7. Dana diterima oleh penjual, transaksi selesai.

8. Bila ternyata barang yang diterima oleh Pembeli tidak sesuai dengan yang dijelaskan oleh Penjual. Pembeli bisa melaporkan ke Blackpanda agar dana di *hold* hingga ada kesepakatan dengan Penjual. Dalam proses negosiasi, Blackpanda tidak akan turut campur. Setelah ada kesepakatan, dana akan diteruskan sesuai dengan instruksi kedua belah pihak.

9. Apabila transaksi batal atas kesepakatan Pembeli dan Penjual, dana akan dikembalikan kepada pembeli. Tentunya setelah dipotong biaya jasa.

Dalam kasus ini ketika pihak *buyer* dan *seller* sepakat melakukan perjanjian *online*, para pihak harus mengetahui bahwa metode pembayaran tersebut adalah sesuai dengan Pasal 19 UU ITE. Jadi sebelum melakukan transaksi elektronik maka para pihak menyepakati sistem elektronik yang digunakan untuk melakukan transaksi. Apabila terjadi ketidaksepakatan, maka sesuai dengan pasal 20 ayat 1 UU ITE.

Dalam pasal tersebut, transaksi elektronik baru terjadi ketika kedua belah pihak ada persetujuan untuk mepercayakan pihak ketiga dalam hal ini *Blackpanda* dalam melakukan transaksi. Selanjutnya, apabila telah terjadi kesepakatan antara *buyer* dan *seller*, transaksi akan langsung berlangsung.

Pada suatu transaksi secara *online* pembayaran akan langsung selesai saat itu juga dan barang

langsung dikirim ke alamat pembeli. Mekanisme rekening bersama *Blackpanda* akan dijelaskan dalam bagan berikut.



Bagan itu menjelaskan alur di mana Blackpanda sebagai pihak ketiga yang menahan biaya pembayaran hingga barang yang dipesan pembeli diterima. Ketika barang telah diterima pembeli, konfirmasi dari pembeli menjadi petanda bagi Blackpanda menransfer biaya pembelian kepada penjual. Sistem penyelenggaraan ini hanya memberi jaminan pembeli atas penjual. Seolah-olah penyimpangan hanya dapat terjadi pada penjual.

Padahal, jika mekanisme penyelenggaraan sistem elektronik seperti itu, penyimpangan dapat terjadi dari sisi Blackpanda. Pihak ketiga ini dipercaya sepenuhnya oleh pihak pembeli dan penjual untuk mengatur jalannya pembayaran. Sementara pihak ketiga ini dapat saja melarikan biaya itu dengan tidak memberikan kepada penjual.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penggunaan metoda pembayaran dengan menggunakan rekening bersama secara *online* bisa melindungi terutama *buyer* dalam hal ini dari tindak penipuan transaksi elektronik. Tentu saja dengan *joint account* yang sudah terpercaya dan *verified* dalam menengahi transaksi. Dalam hal penggunaan *joint account* ini, berlaku pasal 1338 ayat 1 KUHP Perdata, pasal 18, 19, dan 20 UU ITE.

Dengan penjelasan tersebut diharapkan metode pembayaran dengan menggunakan rekening bersama bisa menjadi pertimbangan serius dalam melakukan transaksi elektronik guna

menghindari segala macam bentuk penipuan yang marak terjadi terutama di dunia maya.

Tanggung jawab Blackpanda jika terjadi sengketa

Berkaitan dengan hal di atas, kita dapat melihat bahwa tanggung jawab antara Kaskus dan pihak ketiga terpisah, karena pihak ketiga (jasa rekber) bukan merupakan metode pembayaran yang dikelola Kaskus, akan tetapi pihak ketiga melakukan penyelenggaraan sistem elektronik secara pribadi sebagai perantara dengan menggunakan transaksi pembayaran secara *online* dengan menggunakan rekening bersama.

Jika dicermati, penyimpangan dan tindak pidana berpotensi terjadi ketika pihak ketiga ini sebagai penyelenggara yang terpisah, dapat melarikan sejumlah dana yang telah dibayarkan pembeli kepada penjual. Konfirmasi pembeli kepada pihak ketiga yang memberitahu bahwa barang yang dibeli telah sampai, memerlukan jeda waktu tertentu. Sebab, sampainya barang yang dibeli itu sendiri melalui proses pengiriman tertentu. Dengan demikian, semua transaksi keuangan berhenti dan dapat dikatakan bermuara di pihak ketiga.

Akumulasi pembayaran yang dilakukan sejumlah pembeli dapat mendorong terjadinya penyalahgunaan kepercayaan yang telah disepakati antara pembeli dan penjual. Transaksi ini jika demikian adanya, tidak lebih sederhana dan efisien dari proses jual beli secara langsung yang tidak diperantarai melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Padahal, esensi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam bertransaksi adalah kemudahan dan kecepatan.

Meskipun dalam UU ITE *Rules Joint Account ini* harus disepakati terlebih dahulu oleh kedua belah pihak untuk meminimalisir sengketa yang terjadi, tetapi potensi terjadinya penyimpangan tetap terjadi. Fungsi kegunaan UU ITE ini sebatas payung hukum terhadap bentuk transaksi elektronik, utamanya menyangkut keabsahannya, tetapi jangkaun terhadap proteksi

terhadap segi keamanan dan kenyamanannya, masih perlu dipikirkan kembali.

Menurut UU ITE ada beberapa pasal yang mengatur mengenai agen elektronik seperti *Blackpanda* ini sebagai perantara yang disepakati untuk menengahi transaksi pembayaran secara *online* antara *seller* dan *buyer*. Hal ini diatur dalam pasal 21 UU ITE. Selain dalam pengaturan pasal 21, dalam pengaturan pasal 22 UU ITE juga menjelaskan bahwa agen elektronik berkewajiban untuk memberikan akses bagi penggunaannya agar dapat melakukan perubahan informasi selama dalam proses transaksi. Berdasarkan UU ITE apabila para pihak mengalami kerugian dapat mengajukan gugatan ganti rugi (perdata) yang tercantum dalam pasal 39 ayat 1.

Berdasarkan penjelasan ini, pihak perantara sebagai pihak pengelola rekening bersama memiliki tanggung jawab atas keterlambatan pengiriman sejumlah uang kepada konsumen. Pihak ketiga sebagai perantara dapat melakukan ganti rugi atas keterlambatan tersebut sesuai dengan pasal 15, 20, dan 21 UU ITE serta dapat pula digugat secara perdata berdasarkan pasal 39 UU ITE

Simpulan

Kedudukan rekening bersama sebagai jembatan untuk menghindari penipuan yang dilakukan antara *buyer* dan *seller*. Rekening bersama sesuai fungsinya menurut UU ITE Bab V mengenai Transaksi Elektronik, sehingga diharapkan mampu menghindari dari *cyber crime* yang berbentuk penipuan dan kerugian.

Tanggung jawab pihak ketiga apabila terjadi suatu sengketa dalam transaksi pembayaran secara *online* dengan menggunakan rekening bersama (rekber) bahwa pihak ketiga bertanggung jawab atas keterlambatan pengiriman sejumlah uang kepada konsumen sesuai dengan Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Transaksi pembayaran melalui perantara atau pihak ketiga secara *online* dengan menggunakan rekening bersama tentunya sebagai pihak alternative dalam transaksi pembayaran

harusnya dapat memberikan jaminan kepada pembeli dan penjual. Maka dari itu pemerintah perlu meningkatkan pemberdayaan kepada pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan usahanya dengan memberikan pengaturan perundang – undangan yang harmonis, sehingga tercipta aturan hukum dan transaksi pembayaran dengan menggunakan pihak ketiga sebagai perantara secara *online*

Daftar Pustaka

- McLuhan, Marshall, 2003, *Undertanding Media the Extention of Man*, London: Routledge
- McQuail, Denis. 2005. *Mcquail's Mass Communication Theory* London: London: Sage Publications
- Nugroho, Agoeng. 2010. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Phillipus M. Hadjon, 1987 *Perlindungan Hukum Bagu Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- <http://wiley.com/college/turban>, diakses, 11 Januari 2015
- <http://startupbisnis.com/data-statistik-mengenai-pangsa-pasar-e-commerce-di-indonesia-saat-ini/diakses> 2 Desember 2014.
- Kitab Undang Undang Hukum Perdata Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik